

# 2022 年中国纺织行业经济运行报告

中国纺织工业联合会

2022 年,面对复杂严峻的发展环境,我国纺织行业运行明显承压,生产规模出现下降,内销市场承压明显,出口增速逐步放缓,企业盈利压力持续加大。

## 一、行业运行态势

2022 年,受国内外市场需求持续低迷、国内疫情散发多发等因素影响,纺织行业经济运行承受压力,行业景气指数在收缩区间内波动。据中国纺织工业联合会调查数据,2022 年一季度、二季度、三季度、四季度纺织行业景气指数分别为 42.6、46.3、44.3、47.0,均在荣枯线以下。

**纺织业及服装服饰业生产下降,化学纤维制造业生产增长。**据国家统计局数据,2022 年,规模以上纺织业、服装服饰业、化学纤维制造业增加值增速分别为-2.7%、-1.9%、1.1%。从当月增加值增速来看,4 月,此三个行业增加值增速均落入负增长区间,生产规模下降;其后生产处于波动恢复,进入 10 月后,纺织业及服装服饰业增加值降幅加深,化学纤维制造业增幅回落。

2022 年行业产能利用率下降,主要产品产量减少。据统计局数据,2022 年纺织业及化学纤维制造业产能利用率分别为 77.2%及 82.3%,较上年下降 2.3 个、2.2 个百分点。主要

产品纱、布、化学纤维、合成纤维产量分别为 2719.1 万吨、467.5 亿米、6697.8 万吨、6154.9 万吨，比上年分别下降 5.4%、6.9%、0.2%、0.9%。

**内销市场承压明显。**2022 年内，受收入增长放缓等因素影响，纺织服装产品消费意愿不高，衣着支出有所减少，纺织品服装内需市场压力大。据国家统计局数据，2022 年，全国限额以上单位服装、鞋帽、针纺织品类零售额为 13003 亿元，比上年下降 6.5%，网上穿类零售比上年增长 3.5%。

**出口增速逐步放缓。**2022 年内，受到出口价格支撑因素影响，我国纺织品服装出口保持一定增长。据中国海关数据，2022 年我国纺织品服装出口额达 3409.5 亿美元，比上年增长 2.5%。其中，出口纺织品 1568.4 亿美元，增长 1.4%，出口服装 1841.1 亿美元，增长 3.4%。其中，对东盟出口纺织品服装 582.0 亿美元，比上年增长 14.8%，东盟市场对行业新增出口贡献高达 90.3%；对美纺织品服装出口下降 5.4%。

**盈利压力持续加大。**在“高成本、低需求”供需两端压力下，纺织业及服装服饰业营业收入减少，化学纤维制造业营业收入增长放缓，利润总额均不同程度下降。据国家统计局数据，2022 年，规模以上纺织业和服装服饰业实现营业收入分别为 26157.6 亿元和 14538.9 亿元，分别比上年下降 1.1%及 4.6%，化学纤维制造业实现营业收入 10900.7 亿元，增长 5.3%。利润总额均呈下降态势，化纤制造业下降明显。纺织业、服装服饰业、化学纤维制造业利润总额分别下降

17.8%、6.3%和62.2%。营收利润率均有所下降。纺织业、服装服饰业、化学纤维制造业企业营业收入利润率分别为3.8%、5.3%、2.2%，分别低于上年0.8个、0.1个、4.0个百分点。

**投资仍未恢复至疫情前水平。**国家统计局数据显示，2022年，我国纺织业、服装业、化学纤维制造业固定资产投资增速分别为4.7%、25.3%、21.4%。纺织行业投资实现较快增长，一是得益于较为宽松的货币环境和一系列减税降负措施，纺织骨干企业智能化、绿色化改造以及产业布局优化需求得到释放，拉动行业投资增长。二是同期基数较低，以2019年作为基期计算，服装业三年间年均投资增速依然为负，投资规模尚未恢复至疫情前水平。

**行业用工人数量持续减少。**2022年，行业从业人员景气指数持续处于紧缩区间，且逐季回落。据中国纺织工业联合会调查数据，2022年一季度、二季度、三季度、四季度纺织行业从业人员景气指数分别为49.5、47.6、44.4、43.0。据国家统计局数据，2022年，纺织业和服装服饰业平均用工人数量下降，化学纤维制造业平均用工人数量增加。纺织业、服装服饰业平均用工人数量比上年分别减少3.6%、7.4%；化学纤维制造业平均用工人数量增加2.3%。

## **二、行业数字化建设转型持续推进**

政府相关部门加快落实数字化转型的政策支持和示范引领，行业组织开展引导和服务。2022年12月，国家工信

部公示 2022 年度智能制造试点示范榜单。其中，纺织行业的示范工厂有福建晋江华宇、新疆昌吉溢达等；优秀场景有华昊无纺布、福建聚纤、长源纺织、宏港纺织、凤竹纺织、裕大华纺织等，涉及智能在线监测、人机协同制造、精益生产管理、工艺动态优化等场景。2022 年 6 月，中国纺联发布了《纺织行业数字化转型三年行动计划（2022-2024）》，以深化新一代信息技术与纺织工业融合发展为主线，以智能制造为主攻方向，以工业互联网创新应用为着力点，加快推动纺织行业数字化转型。中国纺机协会会同其他机构，建设围绕纺织行业的智能制造标准试验验证公共服务平台，其中包括了纺织装备互联互通及运维，纺织智能工厂建设，纺织成熟度评价及供应链、物流、视觉检测等系列标准的制定，为纺织行业开展智能制造提供有力支撑。

智能制造是纺织行业数字化转型的主攻方向，前一阶段以化纤、纺纱等上游产业为主，近年来逐步向服装、家纺等下游终端产业延伸，取得了一系列进展。魏桥嘉嘉家纺与东华大学等单位合作，建设了床品高效短流程示范工厂，包括智能裁剪、缝制、打包等智能化生产线。大杨集团建设了多条由智能化生产设备组建的西装规模化柔性定制生产线，借助于互联网与大数据系统，开发了量体标准和量体数据系统、千万级版型数据库、字典式编码统一物料管理系统。另外，在智能化装备方面，杰克公司研发了用于服装智能化生产的智能裁剪设备、智能吊挂协同、物联网模板机和自动化

缝制单元等配套设备；青岛双清推出了采用创新技术的全智能筒纱输送与包装系统。

工业互联网的融合应用在一些行业龙头企业的推动下取得了一系列成果。桐昆集团投入应用的化纤行业工业互联网平台，覆盖五大业态和 28 家工厂的工业互联网平台，建立了“五横四纵”的数字化管理体系。通过大数据、人工智能、5G 等技术综合应用，集成了研发设计、采购供应、生产制造、经营管理、仓储物流等多领域，实现了全链条、跨领域、跨区域的融合发展。红豆集团建设了纺织服装工业互联网平台，以产品个性化、设计协同化、供应敏捷化、制造柔性化、决策智能化为标准，集成了数字化生产、经营、管理的一体化平台，带动上下游纺织服装供应链企业数百家入驻平台，接入多种设备和纺织服装工业 App，推进纺织企业“智改数转”。

### 三、推动行业发展力度加大

2022 年，行业面临复杂严峻形势，政府部门制定发布指导行业发展的政策，行业协会担起责任，发挥桥梁作用，举办各类活动，发布行业趋势，稳定了行业运行发展的基本盘。

政府部门制定发布《关于化纤工业高质量发展的指导意见》、《关于产业用纺织品行业高质量发展的指导意见》等政策文件，为推动行业高质量发展，形成具有更强创新力、更高附加值、更安全可靠的产业链供应链，巩固提升纺织工业竞争力，满足消费升级需求提出发展方向。

以内需体系构建为重点，推动消费潜力释放与市场复苏。行业内开展了2022纺织服装“优供给促升级”系列活动，有效提振了产业信心。深化产品开发服务，以优质供给创造有效需求。开展了2022年度中国纺织工业联合会产品开发贡献奖评定工作，66家获奖企业在流行趋势研究、时尚创意设计、数字化转型、低碳绿色发展等方面发挥了带动引领作用。

提升设计与品牌引领能力。行业内研究发布色彩、纤维、纱线、面料、服装、家纺等流行趋势。举办中国国际时装周、各类设计大赛等活动，发掘和培育中国设计力量。举办首届中国时尚产业工业设计大会与首届中国时尚产业工业设计展，探索工业设计驱动产业升级的新可能。完成第三批中国纺织行业工业设计中心的评定以及第一批（2018年）和第二批（2020年）设计中心的复核工作。举办第六届中国纺织非物质文化遗产大会，推动纺织非遗创新转化与发展。持续深化品牌研究、竞争力评价、品牌培育和推广。建立区域品牌竞争力评价体系，组织开展评价提升工作。

提升数字与绿色引领能力。推进行业工业互联网平台、工业互联网示范基地、工业互联网重点实验室等平台的建设，发布了《纺织行业数字化转型三年行动计划（2022-2024）》。推动行业智能制造、智慧设计、智慧营销创新发展，行业绿色发展的理论、方法、工具不断丰富。绿色纤维制品可信平台、纺织绿色产品全生命周期评价工具

和数据库开发工作有序推进。开展减排路径研究，确定温室气体排放关键工序及减排技术。推动气候创新 3060 碳中和加速计划。持续开展行业绿色工厂示范企业培育工作。

行业内完成对全国纺织产业集群试点地区的第五次复查工作。举办 2022 年全国纺织产业集群工作会议。2022 年新加入试点共建的有 9 个产业集群地区，截至 2022 年 12 月 8 日，与中国纺联建立试点共建关系的全国纺织服装产业集群地区共计 202 个，其中包括 31 个产业基地市，73 个特色名城，98 个特色名镇。

行业协会通过调研、项目合作、规划等形式，加强对区域产业发展的引导。强化优势，继续培育发展世界级纺织产业集群。以项目、会议、展会等活动为载体，引导中西部、东北部、边疆省份根据资源禀赋承接产业转移。2022 全球纺织服装供应链大会、2022 江西纺织服装周暨江西（赣州）纺织服装产业博览会等活动的举办，推动了相关地区产业的发展。特色鲜明、优势互补、协同发展的产业发展格局加快形成。

#### 四、存在的困难及问题

**市场需求压力未有缓解。** 订单不足是 2022 年纺织行业面临的首要问题。从中国纺织企业景气指数来看，2022 年一至四季度的新订单指数持续位于荣枯线以下，表明市场需求不足。从国际需求看，品牌商库存处于高位，较难大量释放订单。如美国服装零售增速从 2022 年初 20%左右下降至

6.7%，服饰类商品库存增速高达22%。从国内看，央行发布2022年第四季度城镇储户问卷调查报告显示，2022年四季度我国居民收入感受指数仅为43.8，短期消费贷款仅同比增长0.3%，远低于16.7%的存款增速，作为可选消费品的服装产品消费意愿相对更低，企业反馈内销市场订单不足问题未有改善。专业市场景气自2022年8月后持续走低，12月纺织服装专业市场管理者景气指数和商户景气指数分别降至43.6、45.4，均为2022年最低值。

**行业盈利承压较大。**2022年，原油、棉花等原料成本明显上涨，需求低迷导致成本压力向下游传导不畅，行业产成品价格在2022年下半年持续走低，利润空间明显收窄，尤其是上游原料加工环节盈利压力较为突出。

**国际市场竞争加剧。**我国纺织服装产品在国际主销市场上的份额持续降低，2022年1—11月，美国、日本自我国进口纺织品服装占自全球进口比重分别为24.9%、55.7%，分别低于上年同期2.9、1.1个百分点；美国时尚产业协会发布的2022年度报告显示，美国品牌商对我国依赖度不断下降，近1/3的受访企业2022年在我国的采购额未超过其采购额的10%，80%的企业计划在未来两年继续减少从我国采购。2022年1—10月，欧盟自我国进口纺织品服装占自全球进口比重为32.5%，低于上年同期0.7个百分点。

## **五、政策建议**

**进一步减轻企业负担。**落实好制造业企业增值税留抵退



税、小规模纳税人增值税阶段性免征、小微企业所得税减收及设备器具税前加速折旧等优惠政策。鼓励地方政府出台地方性税收减免措施，针对经营基础良好但出现暂时性困难的企业给予扶持。

**加强对企业创新发展的财税支持。**继续发挥好财政资金的示范带动作用，对纺织绿色制造、智能制造、纺织新材料、数字化改造等重点领域关键技术研发及推广应用给予扶持，着力补齐行业短板。

**稳定出口环境。**加大对跨境电商出口的支持力度。完善人民币跨境结算相关服务。发挥好出口信用保险的兜底功能。

**稳定能源及大宗原料价格。**积极采取措施统筹协调市场供需，稳定石油、棉花等大宗原料价格，避免价格大幅波动。适当扩大能源供给量，避免煤、电、天然气等能源价格过快上涨。

**积极提振消费信心。**加强对于国内经济、就业形势变化的宣传解读，促进纺织服装产品线上销售，激发消费活力。加强纺织行业自主品牌宣传与培育力度，增强自主品牌的内需市场消费力量。

## **六、2023 年趋势预测**

展望 2023 年，纺织行业出口增长的制约因素增多，出口压力显著增加。一是美欧日等传统主销市场受到收入增长趋缓、能源价格高企挤占消费支出等因素影响，需求增长动

力不足趋势明显。二是国际品牌商普遍面临库存高位等问题，下单策略将趋于谨慎。加之贸易环境有所恶化，行业出口规模或难超过 2022 年水平。从国内看，我国宏观经济基本面长期向好将为产业链供应链稳定运转和大容量内需市场升级发展提供积极支撑，国潮、大健康、可持续等消费热点与纺织行业的结合空间仍有发展潜力，稳增长、稳就业、稳物价的工作部署也将全力保障消费需求逐步回暖。但居民收入增长放缓、消费信心不足等制约因素短期内难以完全消除，行业内销增速快速提升仍面临一定压力。预计 2023 年行业内销或呈现前低后高的增长表现。总体来看，行业主要运行指标将在国内消费需求引擎回暖等因素的支撑作用下较 2022 年有所改善。